

COMPRENDRE ET INVESTIR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Définitions

Définitions

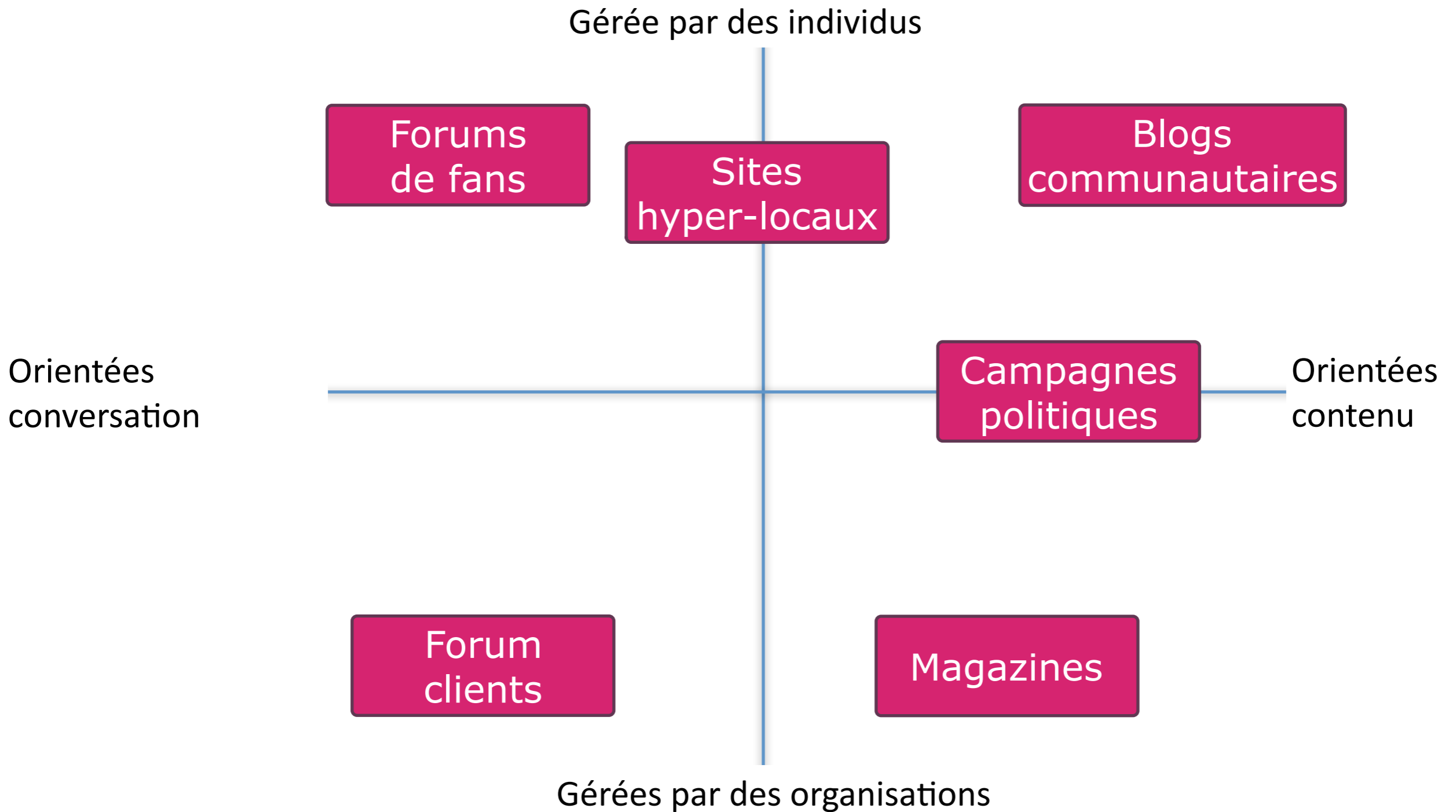
Un réseau social est un ensemble d'entités sociales reliées par leurs interactions sociales. Il s'agit donc juste d'un ensemble de nœuds et de liens, la distance entre les nœuds symbolisant l'intensité de la relation sociale.

Une communauté c'est un réseau social avec:

- Un objectif commun partagé par tous les membres
- Des rites, un "programme"
- Une structure sociale
- Un sentiment d'appartenance, la conscience d'un genre

<http://bit.ly/fmUReP>

Types de communautés



LES BÉNÉFICES D'UNE COMMUNAUTÉ?

Contact direct

Clients, prospects, leaders d'opinions, relais, les communautés permettent de communiquer directement avec ces personnes clés pour la bonne marche de l'entreprise..

Networking

Possibilité d'étendre la zone d'influence de l'entreprise en connectant de nouvelles personnes qui rejoignent la communauté.

Réputation

Les communautés sont bien placées dans Google, puisqu'elles contiennent du contenu pertinent et mis à jour fréquemment.

Ressources

La communauté peut se charger d'accomplir certaines tâches, comme par exemple le premier niveau de support pour un logiciel ou un service, via un forum.

LES BÉNÉFICES D'UNE COMMUNAUTÉ?

Innovation

On peut tester des idées, ou en obtenir de nouvelles. Une communauté de qualité pourra servir de groupe de beta test pour de nouveaux services ou produits.

CRM

La communauté peut devenir une sorte de CRM, les clients étant profilés et comme on a l'historique des interactions avec eux.

Collaboration interne

Une communauté peut avoir un impact positif sur la marche de l'entreprise, car elle permet une bonne circulation de l'information et une simplification de certains processus (publication, support, feedback, etc).

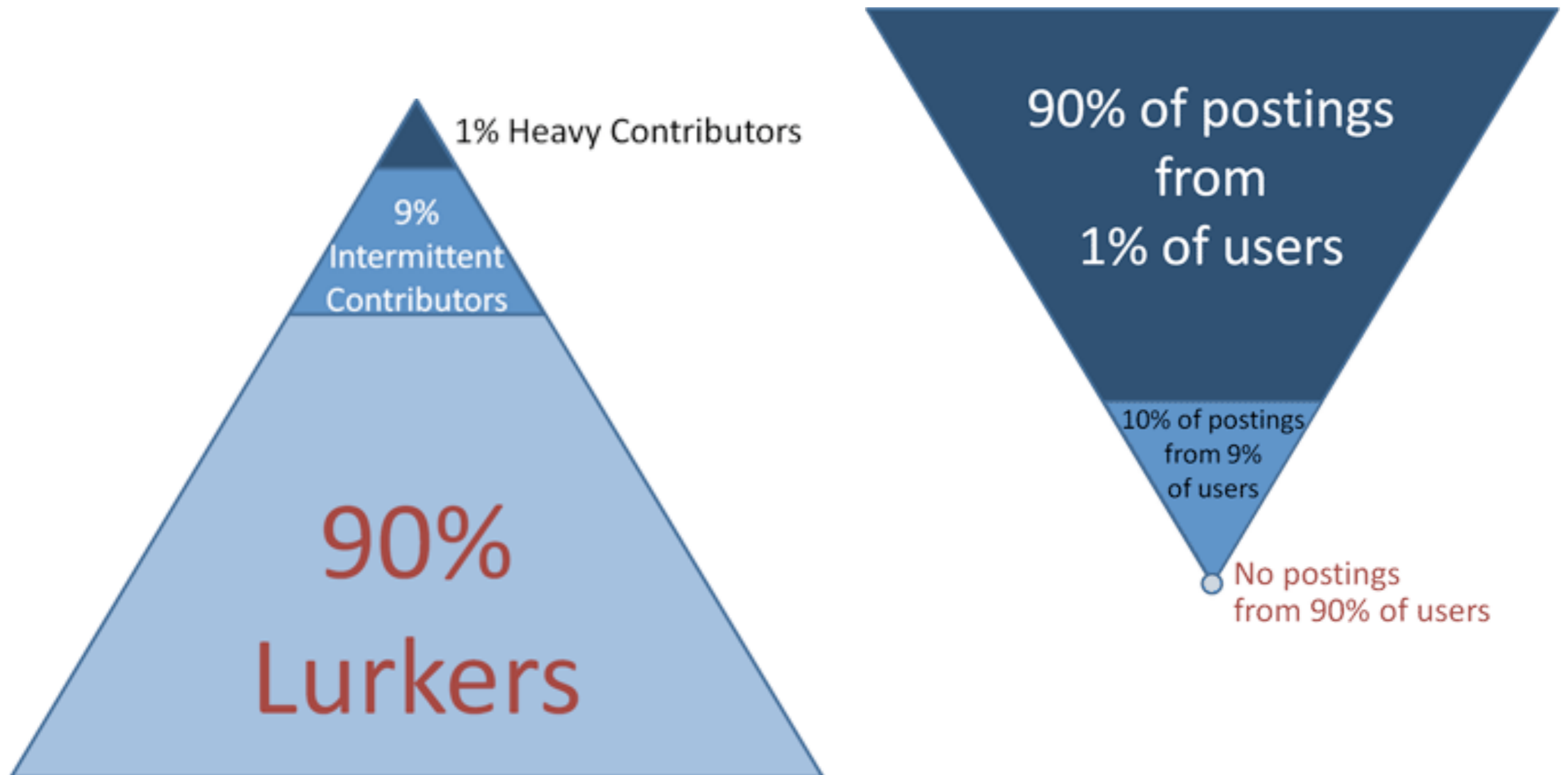
1. Identifier vos objectifs
2. Ecouter l'existant
3. Trouver votre valeur ajoutée
4. Développer un plan

Les pièges

Règles de la participation

Twitter: 0.5% des utilisateurs génèrent 50% des tweets.

Wikipedia: 99.8% voyeurs, .2% intermittents, .003% contributeurs.



Engagement

TOP ENGAGED FACEBOOK PAGES				Last month data ?		
Name	No' of fans	Active fans	Active fans %	Posts	Comments	Likes
Manchester United	9,915,504	256,206	2.6	42,700	363,162	1,938,698
Justin Bieber	20,379,964	359,116	1.8	264,516	514,704	3,612,672
Glee	11,563,203	193,262	1.7	11,443	54,834	690,713
Real Madrid C.F.	9,397,059	154,972	1.6	19,392	97,906	631,051
Jersey Shore	8,918,768	139,912	1.6	54	61,233	200,725
Kesha	9,759,750	150,919	1.5	15,870	72,516	311,077
FC Barcelona	10,337,494	142,137	1.4	27,230	106,917	916,198
Britney Spears	8,439,661	106,144	1.3	15,157	71,387	593,672
PlayStation	9,139,987	105,174	1.2	75	37,788	195,420
NCIS	9,927,738	105,601	1.1	4,755	33,598	480,233
Black Eyed Peas	13,847,812	156,422	1.1	16,449	37,868	412,046
Mr. Bean	8,783,074	96,353	1.1	4,377	34,504	221,612
Victoria's Secret	11,667,135	125,373	1.1	2,257	24,876	411,382
Bon Jovi	9,664,545	97,076	1	15,212	47,256	452,657
How I Met Your Mother	10,562,862	104,395	1	4,983	17,357	202,082

Partage ou projection



Posteriez-vous cette image sur votre profil?

13/04/11 18:40
13 réactions

Quel facebookien êtes-vous ?

Posteur fou, voyeur... A chaque utilisateur du réseau social son profil. Par Doan Bui

Mots-clés : facebook, utilisateur, réseau social, internet



20 millions de Français ont un compte Facebook (Reuters)

Le posteur fou : Collectionneur obsessionnel, il passe sa vie à dénicher des vidéos sur [Youtube](#)/des clips introuvables sur [Myspace](#)/ des photos rigolotes sur [Flick'r](#). C'est le boute-en-train du web 2.0. Il poste des commentaires plus vite que son ombre, "like" toutes les publications de ses amis (faut pas faire des jaloux), souhaite tous les anniversaires, ce qui fait beaucoup, car il a désormais 1240 amis (il ne refuse aucune "invitation à devenir ton ami", c'est pas gentil).



[SUR LE MÊME SUJET]

[Les origines troubles de Facebook](#)

[Enquête : un enfer nommé Facebook](#)

[Facebook valorisé à 65 milliards de dollars](#)

[Mark Zuckerberg élu "homme de l'année"](#)

[Facebook a peur du film sur Facebook](#)

Le Glasnost : "Il est 10 heures. J'ai envie de Pepito." De sa vie, le glasnost, nous raconte tout. L'hyper-transparence est son credo. Sa dernière soirée arrosée/son week-end en amoureux/son séminaire d'entreprise, rien ne nous sera épargné. Des kilo-octets d'ennui, en photos ou vidéos. Mais c'est quand il se lance dans la grande aventure de la reproduction humaine que Glasnost devient vraiment pénible. Echographies, premier sourire, premiers vomis, premiers gouzi gouzi : on a suivi en direct live l'évolution de sa progéniture. Et on n'en peut plus.

Le voyeur : Il passe son temps à mater les profils des autres mais ne publie jamais rien sur le sien. Il adore aller regarder les albums photos – en particulier ceux de ses ex-, épier les

conversations de ses amis –et surtout de ses ennemis, qu'il a acceptés dans sa liste de friends, bien sûr-, voire leurs déplacements, grâce à ce merveilleux outil qu'est la géolocalisation. Allo Stasi j'écoute ?

Le posteur fou
Le Glasnost
Le voyeur
Le control-freak
Le personal-brandeur
Le militant

Divas

**@dens**

Dennis Crowley

Dear [@BritishAirways](#), if I ask nicely will you give me a seat upgrade for my flight from LHR -> JFK? Pretty please?
([#BA0115](#), seat 34G)

37 minutes ago via [Twitter for iPhone](#) ☆ [Favorite](#) ↻ [Retweet](#) ↩ [Reply](#)

Mentioned in this Tweet

**BritishAirways** British Airways N.A. [Follow](#)

Follow this account if you're in North America. Our global account is [@British_Airways](#) please follow for relevant news

TechCrunch

Amazingly, MySpace's Decline Is Accelerating

Michael Arrington

Mar 23, 2011

Like 987

Buzz 288

Tweet 1,317

Digg 3

50 Comments

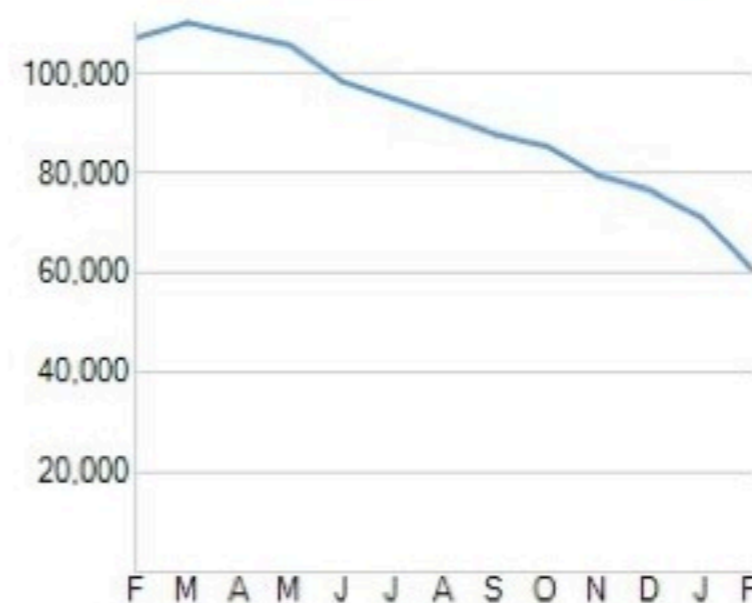
Between January and February 2011, says Comscore, worldwide unique visitors to MySpace declined by a staggering 14.4% from 73 million visitors to 63 million visitors. It's about half of the audience they had a year ago.

Everyone knows MySpace traffic is going the wrong way, but the accelerating decline (and big financial losses) is a serious problem. Parent company News Corp. is in the middle of a sale process, and everyone from venture firms to private equity firms to operating companies are taking a look. "It's like slowing down at the scene of an accident," says one person with knowledge of the discussions, "everyone wants to take a look at how bad things have become."

The problem with negative growth is that predictive modeling has to be thrown out the window. And an accelerating decline in audience suggests that MySpace won't be stabilizing soon. Right now, people are fleeing as fast as they can from the site.

News Corp. seems sensitive to getting a lot less than they paid for MySpace - \$580 million in 2005. That price isn't going to happen, which means a spinoff may be the best PR solution for MySpace. It's not clear, though, that MySpace head **Mike Jones** has a go forward plan that anyone

Total Unique Visitors (000) Trend



Total Unique Visitors (000) to **MYSFACE.COM** decreased 43.2 % since Feb 2010

MERCI!

laurent@liftlab.com

+41 78 696 64 80

lift

www.liftconference.com